

Inhaltsverzeichnis

Vorwort Hermann Scherer	9
Prolog: Coaching – einzigartige Chance oder brotlose Kunst?	11
Hintergrund: Warum Sie mir so wichtig sind	13
 KAPITEL 1 AUSTAUSCHBAR ODER EINZIGARTIG?	
Was bedeutet profitables Coaching?	16
Business-to-Business oder Business-to-Consumer?	18
Wie Coaching vom Nice-to-have zum Must-have wird:	
Ergebnisse	21
Drei Missverständnisse der Coaching-Industrie	25
Was ein profitables Coaching-Business von einem 08/15	
Coaching-Business unterscheidet	31
1. Klare Positionierung und Nische statt Fokus auf der Methode	32
2. Premium-Pakete statt Einzelstunden	34
3. Sichtbarkeit/Expertenstatus	36
4. Nutzung von Online-Kundengewinnung und Online-Coaching	38
 KAPITEL 2 MINDSET	
Unternehmer-Mindset statt Coaching-Mindset	44
Wie wird Coaching von ›heißer Luft‹ zur gern gekauften	
Dienstleistung?	46
Erst Unternehmer – dann Coach	47
 KAPITEL 3 VORAUSSETZUNGEN FÜR EIN	
PROFITABLES COACHING-BUSINESS	
Positionierung = Nische plus Alleinstellungsmerkmal plus Mission	55
Ihre Nische	56
Alleinstellungsmerkmal	68
Die Rolle Ihrer Mission – Warum tun Sie, was Sie tun?	76

Ihr Angebots-Portfolio	80
Ihr Coaching-Programm	80
Definition Programm und Premium-Pakete	81
Wie Sie Ihr Programm entwickeln	82
Die besten Angebotspakete für Coaches	86
1:1 Premium-Paket	86
VIP-Tag	88
Paket mit bestimmter Anzahl an Sessions	88
Gehebelte Pakete	89
Gruppen-Premium-Paket	90
Preisfindung	92
3 Schritte, um Ihre Preise festzulegen	93
Typische Preislevel	97
Zahlungsmöglichkeiten	100
Garantien	101
KAPITEL 4 VERKAUFSWEGE – DAS ERSTGESPRÄCH	
Fragen für das Erstgespräch	105
Ziele und was sie wert sind	105
Herausforderungen – warum ist das Ziel noch nicht erreicht?	107
Hin zur Transformation	108
Überleitung zum Verkauf	109
Angebotsfristen	110
Den Abschluss machen	111
Widerständen begegnen	111
Typische Fehler im Erstgespräch	114
Fehler 1: Coachen was das Zeug hält	114
Fehler 2: Nicht wissen, wie Sie Coaching erklären	114
Fehler 3: Sie zögern, den Preis zu nennen und das Angebot zu platzieren	118
Fehler 4: Sie sprechen die Widerstände und Bedenken Ihres Zielkunden nicht an	119
Fehler 5: Nicht genügend Zeit für das Gespräch einplanen	120

Erstgespräche gewinnen	122
Offline-Wege, um Erstgespräche zu gewinnen	123
Online-Wege, um Erstgespräche zu gewinnen	135
KAPITEL 5 EXPERTENSTATUS AUFBAUEN – BEKANNTHEIT STEIGERN	
Mittel und Wege, um zur Expertin oder zum Experten zu werden	187
KAPITEL 6 ONLINE-COACHING UND ONLINE-ANGEBOTE	
Online-Coaching	199
Technische Voraussetzungen	201
Online-Angebote	202
Vorteile der Online-Angebote	205
Was Ihr Online-Angebot können sollte	206
Positionierung von Online-Angeboten	207
Marketing für Online-Angebote	207
Preisfestlegung bei Online-Angeboten	208
Online-Angebote effektiv erstellen und verkaufen	212
Voraussetzungen	212
Selbstlernkurse	213
Online-Trainings	216
Online-Gruppen-Coachings	219
Zusammenfassung und Schluss	222
Literaturverzeichnis	223